

BAB II

TINJUAN PUSTAKA

A. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi (communication) dalam bukunya Deddy Mulyana yaitu *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* berasal dari kata: common, yang berarti “sama”, dengan maksud sama makna, sehingga secara sederhana, dapat dikatakan bahwa komunikasi merupakan proses menyamakan persepsi, pikiran, dan rasa antara komunikator dengan komunikan. (Mulyana, 2005:14)

Kata yang hampir mirip dengan komunikasi adalah komunitas (community) yang juga sangat menekankan kesamaan dan kebersamaan merujuk pada sekelompok orang yang berkumpul atau hidup bersama untuk mencapai tujuan tertentu, dan mereka berbagi makna dan sikap. Tanpa komunikasi tidak akan ada komunitas. Komunitas tergantung pada pengalaman dan emosi bersama, dan komunikasi berperan dan menjelaskan kebersamaan itu. Oleh karena itu, komunitas juga berbagai bentuk-bentuk komunikasi yang berkaitan dengan seni, agama dan bahasa. Dan masing-masing bentuk tersebut mengandung dan menyampaikan gagasan, sikap perspektif, pandangan yang mengakar kuat dalam sejarah komunitas tersebut (Mulyana, 2005:41)

Komunikasi merupakan salah satu fungsi dari kehidupan manusia. Fungsi komunikasi dalam kehidupan menyangkut banyak aspek. Melalui komunikasi seseorang menyampaikan apa yang ada dalam bentuk pikirannya atau perasaan hati nuraninya kepada orang lain baik secara langsung ataupun tidak langsung. Melalui komunikasi seseorang dapat membuat dirinya untuk tidak terasing dan terisolir dari lingkungan di sekitarnya. Melalui komunikasi seseorang

dapat mengajarkan atau memberitahukan apa yang diketahuinya kepada orang lain. Adapun pendapat para ahli tentang pengertian komunikasi sebagai berikut:

a. Bernard Barelson & Garry A. Steiner

Komunikasi adalah proses tansmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya dengan menggunakan symbol-simbol, kata-kata, gambar, grafis, angka, dan sebagainya.

b. Theodore M. Newcomb

Setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai salah satu tansmisi informasi terdiri dari rangsangan yang diskriminatif, dari sumber kepada penerima.

c. Everett M. Rogers

Proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud mengubah tingkah laku mereka

d. Gerald R. Miller

Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima.

e. Raymond Ross

Komunikasi adalah proses menyortir, memilih, dan pengiriman symbol-simbol sedemikian rupa agar membantu pendengar membangkitkan *respons* atau makna dari pemikiran yang serupa dengan yang dimaksudkan oleh komunikator.

f. Harold Lasswell

Menjelaskan bahwa (cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut)

Who says what in which channel to whom with what effect? Atau siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana.

Pendapat para ahli tersebut memberikan gambarn bahwa komponen-komponen pendukung komunikasi termasuk efek yang ditimbulkan, antara lain:

1. Komunikator (*communicator, source, sender*)
2. Pesan (*message*)
3. Media (*channel*)
4. Komunikan (*communicant, receiver*)
5. Efek (*effect*)

Dari beberapa pengertian di atas peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa komunikasi adalah proses pertukaran makna atau pesan dari seseorang kepada orang lain dengan maksud untuk mempengaruhi orang lain.

B. Proses Komunikasi

Proses komunikasi terdiri atas dua tahap, meliputi proses komunikasi primer dan proses komunikasi sekunder. (Effendy dalam Mondry, 2008: 3).

1. Proses komunikasi secara primer, merupakan proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi meliputi bahasa, kial (*gesture*), gambar, warna, dan sebagainya. Syaratnya secara langsung dapat “menterjemahkan” pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan.

Bahasa merupakan sarana yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi, karena hanya dengan bahasa (lisan atau tulisan) kita mampu menterjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain, baik yang berbentuk ide, informasi atau opini bisa dalam bentuk konkret ataupun abstrak. Hal itu bukan hanya suatu hal atau peristiwa yang sedang terjadi sekarang, tetapi juga pada masa lalu atau waktu yang akan datang.

Kial (*gesture*) memang dapat “menterjemahkan” pikiran seseorang sehingga terekspresi secara fisik tetapi menggapakan tangan, memainkan jemari, mengedipkan mata, atau menggerakkan pengurus tubuh lainnya hanya dapt mengkomunikasikan hal-hal tertentu saja (sangat terbatas). Demikian pula dengan isyarat yang menggunakan alat seperti bedug, kentongan, sirine, dan lain-lain juga warna yang memiliki makna tertentu. Kedua lambang tersebut sangat terbatas kemampuannya dalam mentranmisikan pikiran seseorang kepada orang lain.

2. Proses komunikasi sekunder merupakan proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah menggunakan lambang sebagai media pertama. Komunikator menggunakan media kedua dalam berkomunikasi karena komunikan sebagai sasaranya berada di tempat yang relative jauh atau dalam jumlah banyak. Sarana yang sering digunakan untuk komunikasi sekunder sebagai media kedua tersebut antara lain surat, telepon, faksimili, surat kabar, majalah, radio, televise, film, internet, dan lain-lain.

Setelah pembahasan di atas mengenai proses komunikasi, kini kita mengenal unsur-unsur dalam proses komunikasi. Penegasan tentang unsur-unsur dalam proses komunikasi itu adalah sebagai berikut:

- a. *Sender* : komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau lebih.
- b. *Encoding* : penyandian, yakni proses pengalihan pikiran kedalam bentuk lambang.
- c. *Message* : pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator.
- d. *Media* : saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.
- e. *Decoding* : proses dimana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.
- f. *Receiver* : komunikan yang menerima pesan dari komunikator.
- g. *Response* : tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah menerima pesan.
- h. *Feedback* : umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila menerima pesan dari komunikator.
- i. *Noise* : gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator.

C. Fungsi Komunikasi

Deddy Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar mengutip kerangka berpikir William I. Gordon mengenai fungsi-fungsi komunikasi yang dibagi menjadi empat bagian. Keempat fungsi tersebut, yakni komunikasi social, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual, dan komunikasi instrumental, tidak saling meniadakan (*mutually exclusive*). Fungsi-fungsi suatu peristiwa komunikasi (*communication event*) tampaknya tidak sama sekali independen, melainkan juga berkaitan dengan fungsi-fungsi lainnya, meskipun terdapat suatu fungsi dominan.

1. Fungsi Komunikasi Sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi social setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi-diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain. Konsep diri adalah pandangan kita mengenai siapa diri kita, dan itu hanya bisa kita peroleh lewat informasi yang diberikan orang lain kepada kita. Orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Sejak lahir, kita tidak dapat hidup sendiri untuk mempertahankan hidup. Kita perlu dan harus berkomunikasi dengan orang lain, untuk memenuhi kebutuhan hidup biologis kita seperti makan dan minum, dan memenuhi kebutuhan psikologis kita seperti sukses dan kebahagiaan.

2. Fungsi Komunikasi ekspresif

Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrument untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita.

3. Fungsi Komunikasi ritual

Erat kaitanya dengan komunikasi ekspresif adalah komunikasi ritual, yang biasanya dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai *rites of passage*. Dalam acara-acara itu orang mengucapkan kata-kata atau menampilkan perilaku-perilaku tertentu bersifat simbolik.

4. Fungsi komunikasi instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga untuk menghibur. Bila diringkas, maka kesemua tujuan tersebut dapat disebut membujuk (bersifat persuasif). komunikasi yang berfungsi memberikan atau menerangkan (*to inform*) mengandung muatan persuasive dalam arti bahwa pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai bahwa fakta atau informasi yang disampaikan akurat dan layak untuk diketahui.

D. Tujuan Komunikasi

R. Wayne pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam bunya *Techniques for effective Communication* menyatakan bahwa tujuan sentral dalam kegiatan komunikasi terdiri atas tiga tujuan utama yaitu:

a. To secure understanding

b. To establish acceptance

c. To motivate action

pertama adalah pengertian (*to secure understanding*) memastikan bahwa komunikasi mengerti pesan yang diterimanya. Andai kata ia sudah dapat mengerti dan menerima, maka penerimanya itu harus di bina (*to establish acceptance*). Pada akhirnya kegiatan dimotivasikan (*to motivate action*)

Gordon I. Zimmerman merumuskan bahwa kita dapat membagi tujuan komunikasi menjadi dua kategori besar. Pertama, kita berkomunikasi untuk menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi kebutuhan kita untuk memberi makan dan pakaian kepada diri sendiri, memuaskan kepenasaran kita akan lingkungan, dan menikmati hidup. Kedua, kita berkomunikasi untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain. Jadi komunikasi mempunyai fungsi isi, yang melibatkan pertukaran informasi yang kita perlukan untuk menyelesaikan tugas, dan fungsihubungan yang melibatkan pertukaran informasi mengenai bagaimana hubungan kita dengan orang lain. (Mulyana, 2005:4)

E. Macam-Macam Konteks Komunikasi

Menurut Mulyana (2005: 72), kategorisasi berdasarkan tingkat paling lazim digunakan untuk melihat konteks komunikasi, dimulai dari komunikasi

yang melibatkan jumlah peserta yang paling sedikit hingga komunikasi yang melibatkan jumlah peserta yang paling banyak. Terdapat empat tingkatan yang disepakati oleh para ahli, yaitu :

1. Komunikasi Antarpribadi (Interpersonal communication)

Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang terjadi antar dua orang atau lebih secara tatap muka, memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal atau nonverbal.

Bentuk khususnya dari komunikasi interpersonal adalah komunikasi diadik (dyadic communication) komunikasi yang hanya melibatkan dua orang. Ciriya adalah pihak – pihak yang berkomunikasi berada pada jarak yang dekat, pihak – pihak yang berkomunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun nonverbal. Misalnya, komunikasi antara suami istri, dua orang bersahabat, guru – murid, dan yang lainnya.

2. Komunikasi Intrapribadi (Intrapersonal communication)

Komunikasi intrapersonal merupakan proses komunikasi yang terjadi dalam diri individu. Contohnya, berpikir. Sebelum berkomunikasi dengan orang lain, secara tidak sadar terjadi komunikasi intrapersonal dalam diri individu. Tujuannya untuk mempersepsi dan memastikan makna pesan orang lain. Komunikasi intrapersonal juga berpengaruh terhadap keberhasilan komunikasi dengan orang lain.

3. Komunikasi Publik (Public communication)

Komunikasi public merupakan komunikasi yang terjadi antara seorang pembicara dengan orang atau khalayak yang berjumlah besar. Tujuannya memberikan penerangan tentang suatu hal, hiburan, member penghormatan, dan membujuk. Cirinya adalah terjadi di tempat umum (publik), merupakan peristiwa sosial yang direncanakan dengan alih – alih peristiwa relatif informal yang tidak terstruktur, terdapat agenda di dalamnya, beberapa orang ditunjuk untuk melakukan tugas khusus, seperti memperkenalkan pembicara, ada acara lain setelah acara utama. Misalnya, rapat akbar, pidato, ceramah, stand up comedy, dan sebagainya.

4. Komunikasi Organisasi

Komunikasi ini lebih luas daripada komunikasi kelompok. Komunikasi yang terjadi dalam suatu organisasi bersifat formal dan informal. Bersifat formal maksudnya adanya komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, atau komunikasi horizontal. Proses komunikasi sesuai dengan struktur organisasi. Sedangkan bersifat informal maksudnya komunikasi yang terjadi dalam organisasi namun tidak harus sesuai dengan struktur organisasinya. Misalnya, perbincangan tentang hal – hal lain di luar organisasi oleh semua pengurusnya.

5. Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Media massa disini berupa media cetak (buku, surat kabar, majalah) maupun media elektronik (radio, film,

televisi) yang dikelola oleh suatu lembaga, dimana pesan yang disampaikan oleh media ditunjukkan kepada sejumlah besar orang. Pesan dari media massa bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak, dan selintas.

F. Komunikasi Dalam Komunitas

Komunikasi mempunyai peranan yang sangat penting dalam menentukan betapa efektifnya orang-orang dalam bekerja sama dengan mengkoordinasikan usaha-usaha untuk mencapai tujuan. Dalam suatu kelompok atau komunitas, komunikasi bertujuan untuk mencapai pemahaman bersama untuk mengubah persepsi, bahkan perilaku. Selain komunikasi kelompok, komunikasi antarpersonal menjadi sangat penting dalam suatu kelompok komunitas dalam menyampaikan pemahaman antara sesama individu yang akhirnya mengerucut menciptakan pemahaman bersama.

F.1 Komunikasi Kelompok

Berasal dari kata kelompok yang artinya orang yang mempunyai tujuan bersama, interaksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, adanya saling ketergantungan, dan saling mengenal. Dalam hal ini misalnya, keluarga, kawan –kawan, kelompok diskusi, dan suatu komite.

Definisi dari komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi kelompok kecil (small group communication) yaitu komunikasi yang berlangsung antara 3 orang atau lebih secara tatap muka, dimana pengurusnya berinteraksi secara langsung.

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal

satu sama lainnya, dan mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut (Mulyana, 2005). Kelompok ini misalnya adalah keluarga, kelompok diskusi, kelompok pemecah masalah, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil keputusan. Dalam komunikasi kelompok, juga melibatkan komunikasi antar-pribadi. Karena itu kebanyakan teori komunikasi antar pribadi berlaku juga sebagai komunikasi kelompok.

Sifat-sifat komunikasi kelompok sebagai berikut :

1. Kelompok berkomunikasi melalui tatap muka;
2. Kelompok memiliki sedikit partisipan;
3. Kelompok bekerja di bawah arahan seseorang pemimpin;
4. Kelompok membagi tujuan atau sasaran bersama;
5. Pengurus kelompok memiliki pengaruh atas satu sama lain.

Sesuai di katakan komunikasi kelompok karena, pertama, proses komunikasi hal mana pesan-pesan yang disampaikan oleh seorang pembicara kepada khalayak dalam jumlah lebih besar pada tatap muka. Kedua, komunikasi berlangsung kontinyu dan bisa dibedakan mana sumber dan mana penerima. Hal ini menyebabkan komunikasi sangat terbatas sehingga umpan baliknya juga tidak leluasa karena waktu terbatas dan khalayak relative besar. Ketiga, pesan yang disampaikan terencana (dipersiapkan) dan bukan spontanitas untuk segmen khalayak tertentu. (Nurudin, 2012:33).

Komunikasi kelompok kecil (small group communication) merupakan proses komunikasi antar tiga orang atau lebih yang berlangsung secara tatap muka. Dalam kelompok tersebut pengurus beraksi satu sama lain. Tipe komunikasi ini oleh banyak kalangan dinilai sebagai pengembangan dari komunikasi antar pribadi.

Komunikasi kelompok besar besar (large group communicayion) sebagai kebalikan dari di atas maka berarti yaitu: di tunjukan kepada efeksi komunikan, prosesnya berlangsung secara linier. Cirinya lainnya yaitu ditunjukan kepada afeksi komunikan, kepada hatinya atau kepada perasaannya. Contoh: rapat raksasa di sebuah lapangan.

F.1.1 Bentuk Komunikasi Kelompok

Banyak bentuk-bentuk dari komunikasi kelompok. Akan tetapi disini akan membahas tiga bentuk di antaranya:

a. Kelompok Primer dan Skunder

Charles Horton pada tahun 1909 (dalam Rakhmat, 1994) mengatakan bahwa kelompok primer adalah suatu kelompok yang pengurus-pengurusnya berhubungan akrab, personal, dan menyentuh hati dalam asosiasi dan kerja sama. Sedangkan kelompok sekunder adalah kelompok yang pengurus-pengurusnya berhubungan akrab, tidak personal, dan tidak menyentuh hati kita.

Rakhmat membedakan kelompok ini berdasarkan karakteristik komunikasinya, sebagai berikut:

1. Kualitas komunikasi pada kelompok primer bersifat dalam dan meluas. Dalam, artinya menembus kepribadian kita yang paling tersembunyi, menyingkap unsure-unsur backstage (prilaku yang kita tampilkan dalam suasana privat saja). Meluas, artinya sedikit sekali kendala yang menentukan rentangan dan cara berkomunikasi. Pada kelompok sekunder komunikasi dangkal dan terbatas.

2. Komunikasi pada kelompok primer bersifat personal, sedangkan kelompok sekunder nonpersonal.
3. Komunikasi kelompok primer lebih menekankan aspek hubungan dari pada aspek isi, sedangkan kelompok sekunder adalah sebaliknya.
4. Komunikasi kelompok primer cenderung ekspresif, sedangkan kelompok sekunder instrumental
5. Komunikasi kelompok primer cenderung informal, sedangkan kelompok sekunder formal.

F.1.2 Fungsi Komunikasi Kelompok

Fungsi pertama dalam kelompok adalah hubungan sosial, dalam arti bagaimana suatu kelompok mampu memelihara dan memantapkan hubungan sosial diantara para pengurusnya seperti bagaimana suatu kelompok secara rutin memberikan kesempatan pada pengurusnya untuk melakukan aktifitas yang informal, santai dan menghibur.

Pendidikan adalah fungsi kedua dari kelompok, dalam arti bagaimana Sebuah kelompok secara formal maupun informal bekerja untuk mencapai dan mempertukarkan pengetahuan. Melalui fungsi pendidikan ini, kebutuhan-kebutuhan dari pada pengurus kelompok, kelompok itu sendiri bahkan kebutuhan masyarakat dapat terpenuhi.

Dalam fungsi persuasi, seseorang pengurus kelompok berupaya mempersuasi pengurus lainnya supaya melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Seorang yang terlibat usaha-usaha persuasive dalam suatu kelompok, membawa resiko untuk tidak diterima oleh para pengurus lainnya. Misalnya, jika usaha-usaha persuasive tersebut terlalu bertentangan dengan nilai-nilai

yang berlaku dalam kelompok, maka justru orang yang berusaha mempersuasi tersebut akan menciptakan suatu konflik, dengan demikian malah membahayakan kedudukannya dalam kelompok.

Fungsi kelompok juga dicerminkan dalam kegiatan-kegiatannya untuk memecahkan persoalan dan membuat keputusan-keputusan. Pemecahan masalah (problem solving) berkaitan dengan penemuan alternative atau solusi yang tidak di ketahui sebelumnya. Sedangkan pembuatan keputusan (decision making) berhubungan dengan pemilihan antara dua atau lebih solusi. Jadi, pemecahan masalah menghasilkan materi atau bahan pembuat keputusan.

Terapi adalah fungsi kelima dari kelompok. Kelompok terapi memiliki perbedaan dengan kelompok lainnya, karena kelompok terapi tidak memiliki tujuan. Objek dari kelompok terapi adalah membantu setiap individu mencapai perubahan personalnya. Tentunya, individu tersebut harus berinteraksi dengan kelompok lainnya guna mendapatkan manfaat, namun usaha utamanya adalah membantu dirinya sendiri, bukan membantu kelompok mencapai consensus. Contoh dari kelompok terapi ini muncul yang namanya pengungkapan diri (self disclosure). Artinya, dalam suasana yang mendukung, setiap pengurus di anjurkan untuk berbicara secara terbuka tentang apa yang menjadi permasalahannya. Jika muncul konflik antar pengurus dalam diskusi yang di lakukan, orang yang menjadi pemimpin atau yang member terapi yang akan mengaturnya.

F.1.3 Karakteristik Komunikasi Kelompok

Kelompok dalam suatu kondisi tertentu, akan menimbulkan suatu efek individu dalam perubahan perilaku. Dengan kata lain, kehadiran orang-orang

tertentu dapat menimbulkan kekuatan yang tidak mampu ditimbulkan oleh individu itu sendiri.

Marhaeni Fajar menyebutkan ada enam karakteristik dari komunikasi kelompok, antara lain:

1. Komunikasi dalam kelompok bersifat homogeny
2. Dalam komunikasi kelompok terjadi kesempatan dalam melakukan tindakan pada saat itu juga.
3. Arus balik didalam komunikasi kelompok terjadi secara langsung karena komunikastor dapat mengetahui reaksi komunikan pada saat komunikasi sedang berlangsung.
4. Pesan yang diterima komunikan dapat bersifat rasional (terjadi pada komunikasi kelompok kecil) dan bersifat emosional (terjadi pada komunikasi kelompok besar).
5. Komunikator masih dapat mengetahui dan mengenal komunikan meskipun hubungan yang terjadi tidak erat seperti pada komunikasi interpersonal.
6. Komunikasi kelompok akan menimbulkan konsekuensi bersama untuk tujuan yang diinginkan.

F.2 Komunikasi Organisasi

Menurut R. Wayne Pace dalam buku komunikasi organisasi yang dikutip oleh Deddy Mulyana adalah:

Komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit

komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarki antara yang satu dengan yang lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan.

Evert M. Rogers dan Rekha Agrawala Rogers dalam bukunya "*Communication in Organization*" menyebut paduan suatu sistem. Secara lengkap organisasi didefinisikan sebagai suatu system yang mapan dari mereka yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, melalui suatu jenjang kepangkatan dan pembagian tugas. (Effendy, 2004:114)

Menurut Gold Haber yang dikutip oleh Marhaeni Fajar menyebutkan bahwa komunikasi organisasi adalah arus pesan dalam suatu jaringan yang sifat hubungannya saling bergantung satu sama lain. (Gold Haber dalam Fajar, 2009:122)

Penggunaan system untuk menghampiri pengertian organisasi itu dapat dinilai tepat, sebab pengertian system adalah totalitas himpunan bagian yang satu sama lain berhubungan sedemikian rupa sehingga menjadi suatu kesatuan yang terpadu untuk mencapai tujuan tertentu. Jadi, Rogers dan Rogers memandang organisasi sebagai suatu struktur yang melangsungkan proses pencapaian tujuan yang telah ditetapkan dimana operasi dan interaksi di antara bagian yang satu dengan yang lainnya berjalan secara harmonis, dinamis dan pasti.

F.2.1 Tujuan Komunikasi Organisasi

Menurut R. Wayne Pace dan Don F. Faules dalam bukunya "Komunikasi Organisasi" tujuan utama komunikasi organisasi yaitu

memperbaiki organisasi ditafsirkan sebagai memperbaiki hal-hal untuk mencapai tujuan manajemen, serta memperoleh hasil yang diinginkan.

Pada dasarnya komunikasi organisasi bertujuan untuk mengetahui dan memahami proses, prinsip, dan arus komunikasi yang ada didalam organisasi untuk mewujudkan tujuan organisasi.

F.2.2 Efektivitas dalam Organisasi

Gibson (1988) berpendapat bahwa efektivitas organisasi mempunyai tiga pandangan perspektif diantaranya efektifitas dipandang dari perspektif individu. Perspektif ini lebih menekankan pada penampilan tugas setiap pengurus, kemampuan individu dalam melaksanakan tugasnya secara efektif yang ditentukan sebagai factor, seperti keterampilan, pengetahuan, kecakapan, sikap, motivasi dan stress. Sementara itu apabila efektifitas dipandang dari prespektif kelompok bahwa perspektif ini lebih menekankan pada situasi kerjasama setelah individu bergabung dalam kelompok, seperti tingkat kekompakan pengurus, kepemimpinan, struktur kelompok, status, dan peran masing-masing pengurus, serta norma yang berlaku dalam kelompok. Selain itu efektivitas tersebut ditentukan pada lingkungan, teknologi, strategi, struktur, proses, dan iklim kerjasama karena dalam seetiap organisasi terdiri dari individu dan kelompok.

Tidak hanya itu saja bahwa efektivitas dalam organisasi juga mempunyai prinsip-prinsip organisasi seperti pendapat Koontz dan Donell dalam Muhyadi (1989) bahwa membagi prinsip efektif dalam organisasi menjadi lima kelompok yaitu adanya tujuan pengorganisasian, penyebab timbulnya pengorganisasian, adanya kewenangan dalam struktur organisasi,

pengelompokan kegiatan dalam struktur organisasi, dan proses pengorganisasian. Dari kelima kelompok tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Kelompok tujuan terdiri dari dua prinsip yaitu:
 - a) Prinsip kesatuan tujuan (*principle of unity objective*)
 - b) Prinsip efisiensi (*principle of eficiectce*)
- 2) Kelompok penyebab pengorganisasian hanya terdiri dari prinsip rentangan pengawasan manajemen.
- 3) Kelompok kewenangan pada struktur organisasi terdiri dari enam prinsip, yaitu :
 - a) Prinsip scalar (*the scalar principle*)
 - b) Prinsip delegasi (*principle of delegation*)
 - c) Prinsip kemutlakan tanggung jawab (*principle of absoluteness of responbility*)
 - d) Prinsip persamaan antara wewenang dan tanggung jawab (*principle of parity of authority and responbility*)
 - e) Prinsip kesatuan perintah (*principle of unity of command*)
 - f) Prinsip jenjang kewenangan (*principle of division work*)
- 4) Kelompok kegiatan pada struktur organisasi terdiri dari tiga prinsip, yaitu :
 - a) Prinsip pembagian kerja (*principle of division work*)
 - b) Prinsip pembatasan fungsional (*principle of functional definition*)
 - c) Prinsip pemisahan (*principle of separation*)
- 5) Kelompok proses pengorganisasian terdiri dari tiga prinsip, yaitu :
 - a) Prinsip keseimbangan (*principle of balance*)
 - b) Prinsip fleksibilitas (*principle of flexibility*)

c) Prinsip fasilitasi pimpinan (*principle of leadership facilitation*)

G. Jenis-Jenis Komunikasi

Dalam organisasi dikenal susunan formal dan informal, maka dikenal pula komunikasi formal dan komunikasi informal. Miftah Thoha mengungkapkan sebagai berikut:

“Komunikasi organisasi formal mengikuti jalur hubungan formal yang tergambar dalam susunan atau struktur organisasi. Adapun komunikasi organisasi informal arus informasinya sesuai dengan kepentingan dan kehendak masing-masing pribadi yang ada dalam organisasi tersebut”
Sedangkan Soekadi Ds memberikan pengertian komunikasi formal dan

informal seperti berikut:

1. Komunikasi formal adalah komunikasi yang terjadi antara pengurus organisasi yang secara tegas telah direncanakan dan tercantum di dalam struktur organisasi.
2. Komunikasi informal adalah komunikasi yang terjadi atas kehendak dan hasrat pribadi.

Dari kedua pendapat tersebut maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi formal adalah komunikasi yang terjadi di dalam struktur organisasi antar sesama pengurus secara formal. Sedangkan komunikasi informal adalah komunikasi yang terjadi diluar struktur organisasi. Proses dalam hubungan komunikasi informal tidak mengikuti jalur structural, sehingga bisa terjadi komunikasi tanpa adanya tingkat jabatan dan senioritas dalam organisasi. Struktur formal seperti yang disebutkan diatas merupakan karakteristik dari komunikasi organisasi.

Proses komunikasi formal dapat dibedakan menjadi tiga jenis, yaitu:

1. Komunikasi vertical

Komunikasi vertical terdiri dari komunikasi dari atas kebawah dan bawah keatas. Penjelasan sebagai berikut :

a. Komunikasi dari atas ke bawah

Menurut Soehardiman Yuwono komunikasi vertical kebawah adalah :

“Komunikasi yang diberikan oleh pimpinan kepada pengurus organisasi dengan tujuan memberi pengertian kepada pengurusnya mengenai apa yang harus mereka kerjakan di dalam bagian mereka sebagai pengurus organisasi.”

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi vertical kebawah dimulai dari puncak pengurus sampai ke posisi paling rendah. Komunikasi atas kebawah bisa melalui komunikasi lisan dan tulisan. Komunikasi lisan dapat berupa percakapan, rapat maupun kontak telepon. Sedangkan komunikasi tertulis dapat melalui kotak informasi, papan pengumuman, buku petunjuk pengurus, dan juga bulletin.

b. Komunikasi dari bawah ke atas

Menurut Soekardi Ds komunikasi ke atas yaitu :

“Kegiatan pengurus menyampaikan keterangan, ide, pendapat, dan pernyataan lain kepada pimpinan atau atasnya untuk mempengaruhi tingkah laku dan perbuatan pemimpin.”

Dalam pernyataan tersebut dapat diartikan bahwa komunikasi ke atas dilakukan pengurus yang dibawah pemimpin untuk memberikan masukan, ide, saran, maupun gagasan agar memberikan perubahan tingkah laku dan keputusan pemimpin.

2. Komunikasi horizontal

Dalam komunikasi horizontal terjadi pada orang-orang dalam tingkat yang sama yang berada dalam organisasi, akan tetapi melakukan kegiatan yang berbeda. Hal tersebut seperti yang diungkapkan Djoko Purwanto, yaitu :

“Komunikasi horizontal atau yang biasa disebut komunikasi lateral adalah komunikasi yang terjadi antara bagian-bagian yang mempunyai posisi sejajar atau sederajat dalam organisasi”.

Sedangkan menurut Muh. Arni pengertian komunikasi horizontal atau mendatar adalah :

“Pertukaran pesan diantara orang-orang yang sama tingkatan otoritasnya di dalam organisasi”.

Dari kedua pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi horizontal adalah komunikasi yang dilakukan pengurus organisasi yang memiliki kedudukan sama jabatannya atau sederajat. Komunikasi horizontal digunakan untuk berbagi informasi dan juga saran antar sesama pengurus sederajat untuk mencapai kesatuan kerja dalam organisasi, memiliki pandangan yang sama untuk menyelesaikan masalah. Berbeda dengan komunikasi vertical yang bersifat formal.

3. Komunikasi eksternal atau komunikasi luar organisasi

Onong Uchjana Effendi menyatakan :

“Komunikasi eksternal adalah komunikasi antara pimpinan organisasi dengan khalayak di luar organisasi”.

Komunikasi eksternal dapat dikatakan bahwa komunikasi antara bagian organisasi dengan pihak masyarakat yang ada di luar

organisasi untuk menjalin hubungan, berbagi informasi maupun saran. Sedangkan menurut Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss menguraikan tiga model dalam komunikasi :

- a. Model komunikasi linier (*one-way traffic communication*), dalam model ini komunikator memberikan suatu stimuli dan komunikan melakukan respon yang diharapkan tanpa mengadakan seleksi dan intepertasi. Komunikasinya bersifat monolog.
- b. Model komunikasi interaksional (*two-way traffic communication*), sebagai lanjutan dari model sebelumnya, pada tahap ini sudah ada *feedback* atau umpan balik. Komunikasi ini bersifat dua arah dan ada dialog, dalam hal ini pelaku komunikasi memiliki peranan ganda, pelaku komunikasi bisa sebagai komunikan maupun komunikator.
- c. Model komunikasi transaksional. Dalam model yang terakhir ini komunikasi hanya dapat dipahami dalam konteks (*relationship*) antara dua orang maupun lebih. Dalam hal ini semua pelaku komunikasi adalah komunikatif. Tidak ada satupun yang dapat dikomunikasikan.

H. Indikator komunikasi Organisasi

Rosady Roslan menyatakan komunikasi yang efektif apabila :

- a. Adanya keterbukaan manajemen organisasi terhadap pengurus.
- b. Saling menghormati atau saling menghargai satu sama lain, yaitu antara pimpinan dan pengurus demi tercapainya tujuan organisasi

- c. Adanya kesadaran dan pengakuan dari pihak perusahaan akan arti pentingnya suatu komunikasi timbal balik dengan pengurusnya.
- d. Adanya media komunikasi yang baik dalam organisasi.

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa untuk mencapai tujuan komunikasi organisasi yang efektif harus memiliki kemampuan komunikasi bagi para pelakunya. Karena keefektifan komunikasi ditentukan antar sesama pelaku komunikasi yang melakukannya itu. Dalam hal ini dibutuhkan keterbukaan dari semua pelaku komunikasi yang berada pada organisasi tersebut, adanya rasa saling menghormati, adanya kesadaran akan pentingnya komunikasi dan ketersediaan media untuk berkomunikasi.

I. Media Komunikasi Organisasi

Menurut Drs. Ig Wursanto media komunikasi organisasi adalah sebagai berikut :

“Media yang digunakan dalam komunikasi organisasi yang jangkauanya terbatas dalam kantor atau organisasi saja. Jenis yang dipergunakan tergantung pada bentuk atau jenis komunikasi, apakah secara langsung atau tidak. Media yang digunakan dalam komunikasi organisasi pada umumnya yaitu surat, telpon, pertemuan, wawancara, dan kunjungan”.

Media atau sarana dalam komunikasi internal dapat melalui surat, pertemuan pengurus, telpon, bahkan grup media social yang saat ini sudah banyak digunakan. Media-media tersebut hanya digunakan dalam ruang lingkup organisasi saja.

J. Kohesifitas

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi III tahun 2008, kohesi diartikan sebagai kekuatan tarik-menarik di antara molekul-molekul dalam suatu benda. Sedangkan dalam perspektif social, kohesi berarti hubungan yang erat, perpaduan yang kukuh, melekat satu sama lain, dan padu, secara singkat kohesivitas bisa diartikan sebagai kekompakan dan solidaritas yang terangkum dalam sebuah kesatuan.

Hornby (2000) mendefinisikan kohesif adalah pembentukan agar menjadi sebuah kesatuan. Selanjutnya, Alwi dkk (2005) mendefinisikan kohesif adalah melekat satu dengan yang lain, berpadu, melekatkan.

J.1 Kohesifitas Kelompok

Festinger mendefinisikan kohesifitas kelompok adalah kekuatan yang memelihara dan menjaga pengurus dalam kelompok (ahmadi, 2002). Back juga menyebutkan kohesifitas adalah daya tarik terhadap pengurus kelompok atau ketertarikan interpersonal, dimana pengertian kohesifitas dikaitkan sebagai daya tarik pengurus kelompok dan pengurus lainnya (Sarwono, 2005).

Festinger dkk menyatakan bahwa kohesifitas kelompok adalah ketertarikan terhadap kelompok dan dilanjutkan dengan interaksi social dan tujuan-tujuan pribadi yang menuntut saling ketergantungan (Sarwono, 2005). Walgito (2007) menyatakan bahwa kohesifitas kelompok adalah saling tertarikanya atau saling senangnya pengurus satu dengan yang lain dalam kelompok.

Dapat disimpulkan bahwa kohesifitas adalah tertariknya pengurus satu dengan yang lainya dalam kelompok untuk melekat satu sama lain agar menjadi sebuah satu kesatuan dengan mencapai tujuan tertentu.

J.2 Faktor Penyebab Kohesifitas Kelompok

Kohesifitas kelompok terbentuk karena adanya ketertarikan antar pengurus kelompok atau kelompok itu sendiri. Pada beberapa kelompok ikatan antar pengurus-pengurus solid dan kompak. Pada kelompok lain ikatan tersebut renggang karena hilangnya rasa berkelompok dan semakin lama pengurus-pengurusnya cenderung memisahkan diri.

McDougall (dalam Sarwono,2005) menyimpulkan bahwa kohesifitas kelompok dapat tumbuh jika ada factor yang menimbulkanya, yaitu :

- a) Kelangsungan keberadaan kelompok (berlanjut untuk waktu yang lama) dalam arti kepengurusan dan peran setiap pengurus.
- b) Adanya tradisi, kebiasaan, dan adat.
- c) Ada organisasi dalam kelompok.
- d) Kesadaran diri kelompok, yaitu setiap pengurus tahu siapa saja yang termasuk dalam kelompok, bagaimana caranya ia berfungsi dalam kelompok, bagaimana struktur dalam kelompok, dan sebagainya.
- e) Pengetahuan tentang kelompok.
- f) Keterikatan (*attachment*) kepada kelompok.

J.3 Dampak Kohesifitas Kelompok

Menurut Lott dan Lott (dalam Sarwono, 2005) kohesifitas kelompok akan menimbulkan dampak sebagai berikut :

- a) Agresivitas sebagai reaksi terhadap gangguan dari luar.
- b) Evaluasi diri : menilai diri sendiri sebagai dinilai positif oleh orang-orang yang menyenangkan dan menilai positif terhadap orang-orang yang disenangi.
- c) Evaluasi yang berlebihan tentang keunggulan atau ketidakmampuan seseorang dibandingkan pengurus kelompok lainnya.
- d) Evaluasi positif terhadap kelompok dan hal-hal yang terkait dengan kelompok.
- e) Persepsi tentang kesamaan antar pribadi dalam hal sikap, perilaku, dan kepribadian.
- f) Komunikasi yang lebih bebas hambatan.
- g) Konformitas pada standar kelompok yang bersangkutan dengan sikap dan penampilan.

J.4. Ciri-Ciri Kelompok Kohesif

Suryabrata (2007) menyebutkan bahwa ciri-ciri kohesifitas kelompok dapat dilihat dari :

- a) Setiap pengurus kelompok mengenakan identitas yang sama.
- b) Setiap pengurus kelompok memiliki tujuan dan sasaran yang sama.
- c) Setiap pengurus kelompok merasakan keberhasilan dan kegagalan yang sama.
- d) Setiap pengurus kelompok saling bekerjasama dan berkolaborasi.
- e) Setiap pengurus kelompok memiliki peran kepengurusan.
- f) Kelompok mengambil keputusan secara efektif.

K.5 Komunitas

Pengertian komunitas dan menurut para ahli – Di jaman sekarang ini banyak sekali komunitas-komunitas atau organisasi yang dibentuk dengan maksud untuk mencapai tujuan yang sebelumnya telah disepakati. Bukan hanya di kehidupan dunia nyata saja komunitas dapat di bentuk, tapi di jaman yang serba instan dan canggih ini komunitas dapat dibentuk di dunia maya atau internet dengan maksud yang sama yaitu untuk mencapai tujuan. Komunitas dibentuk untuk mencapai target atau suatu tujuan yang telah di sepakati sebelumnya sehingga komunitas yang terbentuk tetap pada jalur yang telah di tetapkan agar tujuan dapat tercapai.

Komunitas adalah kelompok sosial yang berasal dari beberapa organisme yang saling berinteraksi di dalam daerah tertentu dan saling berbagi lingkungan. Biasanya mempunyai ketertarikan dan habitat yang sama.

Atau definisi Komunitas yang lainya adalah sebuah kelompok yang menunjukkan adanya kesamaan kriteria sosial sebagai ciri khas kepengurusannya, misalnya seperti: kesamaan profesi, kesamaan tempat tinggal, kesamaan kegemaran dan lain sebagainya. Seperti contohnya: kelompok petani, karyawan pabrik, kelompok warga, kelompok suporter sepak bola dan lain sebagainya. Tujuan dibentuknya komunitas yaitu untuk dapat saling membantu satu sama lain dalam menghasilkan sesuatu, sesuatu tersebut adalah tujuan yang telah di tentukan sebelumnya. Berikut ini beberapa pengertian komunitas menurut para ahli. Menurut Hendro Puspito – Kelompok sosial adalah suatu kumpulan nyata, teratur & tetap dari individu-individu yang melaksanakan peran-perannya secara berkaitan guna mencapai tujuan bersama. Lalu menurut Soenarno (2002) – Komunitas adalah sebuah

identifikasi & interaksi sosial yang dibangun dengan berbagai dimensi kebutuhan fungsional. Dan menurut Paul B. Horton & Chaster L. Hunt – Kelompok sosial adalah suatu kumpulan manusia yang memiliki kesadaran akan kepengurusannya & saling berinteraksi.

